

# 企业集群的优势及形成机理

吴宣恭

(厦门大学经济研究所, 福建 厦门 361005)

**摘要:** 本文分析了企业集群的组织特征和形成途径, 对企业集群的优势及集群的形成机理进行了较全面的阐述。

**关键词:** 企业集群; 集群优势; 形成机理

**中图分类号:** F270

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1007- 7685(2002)11- 0002- 04

在我国许多省区, 大型企业的数量很少, 企业规模偏小, 资金、人才和技术力量薄弱, 严重限制了企业的市场竞争力和经济扩张力。短期内这种局面很难有大的改观。因此, 一个较好的对策是, 通过加强专业化分工和协作, 组织地区的经济网络, 形成中小企业集群, 利用聚集经济优势, 造就各地的区域规模经济, 以地区的集群力弥补单个企业力量的不足, 从而增强在国内外市场的竞争力。

## 一、企业集群的组织特征和形成途径

企业集群指在某一产业或产品生产, 大量互相联系的企业及相关的机构在一定地域聚集, 依靠比较稳定的分工协作, 形成有竞争优势的群体。企业集群存在长短不一的产业链, 从纵向联系看, 包括居于上游的原材料、设备、零部件的生产企业及处于下游的产品再加工、分类、包装、销售、储存、运输、发配企业等; 从横向看, 它可伸延到互补产业和产品的制造企业、技术研究和培训组织、中介服务机构、基础设施部门和其他关联企业等, 还涉及到金融、保险机构、行业协会和有关政府部门。这些企业和组织之间的协作关系紧密程度不一, 但从总体看, 其紧密度和稳定性明显高于布局分散企业单纯依靠市场的联系。它们互相依存, 彼此配合, 结成具有一定共同利益的地区性的经济

协作体系, 同时又是各自独立的产权主体, 互相间的联系以市场作为纽带, 不同于企业内部的分工协作关系, 毕竟要受不可避免的市场变数的影响, 带有可变动性。因此, 企业集群是介于纯市场组织和企业组织的一种中间性产业组织。

企业集群的形成主要通过如下几种途径和方式: (1) 在共同的地域文化习俗的背景下, 由具有一定宗亲、邻里关系的主体, 围绕某些特色产品和产业, 通过分工协作形成共同利益, 结为中小企业集群。(2) 依托一定的专业市场, 根据市场的需求信息或为完成某些定单, 一部分相关企业共同合作, 组织互补性的分工协作体系, 形成企业集群。(3) 以某一骨干企业为核心, 通过厂外逐级分包零部件生产任务, 建立比较稳定的契约关系, 甚至形成“虚拟企业”, 组成企业集群。以上三种途径带有较为明显的自发性质, 是目前比较大量和常见的途径。(4) 由某些中介服务机构或中小企业协会牵头, 提供信息、技术、市场渠道, 逐步吸引、聚集一批有关联的企业, 形成企业集群。(5) 在大型国有企业改造、改组过程中, 为提高生产经营效益, 剥离部分非关键生产, 实现企业内部分工的外部化, 形成与之配套的中小企业集群。(6) 为外资企业或跨国公司承接零部件生产, 进入外资企业或跨国公司的产业链, 或利用所吸收的国外先进技术和

收稿日期: 2002- 09- 18

作者简介: 吴宣恭(1930- ), 男, 福建晋江人, 厦门大学经济研究所教授、博士生导师。研究方向: 社会主义经济理论问题、所有制产权理论。

著名品牌,逐步成为特定产品的制造中心,然后吸收加盟企业共同完成任务,形成企业集群。(7)建立高新技术开发区,组织产、学、研分工协作体系,吸引众多企业和机构形成企业集群。

由于形成途径不同,企业集群的结构存在较大差别,但基本上可归纳为两类。第一类,也是大量的,是众多的中小企业聚集在一个相对狭小的地区,既互相竞争,又分工协作,结成一个互相依存的群体。意大利东北部和我国江浙一带,很多企业集群就属这种类型。另一类是在一两个大企业的周围,聚集大批相关的配套中小企业。这种结构有的是在一开始形成时就已如此定型,更多的则是从前一种结构逐步发展演变而成。

## 二、企业集群的优势

1、资源优势。具体表现于:(1)资源吸引效应。企业集群的各种优势共同作用,有效地提高了地区的经济效益。这种示范作用首先能将直接联系的物资、技术、人力资源和各种配套服务机构等吸引过来,兴建必需的生产基础设施,展开生产经营,继之还会随着产业链的延伸,进一步吸引更多的相关产业甚至不同产业,扩大地区的产业规模。而且,随着集群的竞争力的增强,这种资源吸引效应还会逐步加速。这些都使企业能够更加容易、快捷和节约地获得所需的资源,形成资源优势,为企业的迅速发展提供良好的条件。(2)素质提升效应。在企业集群的竞争机制和学习效应的作用下,企业不断创新,集群区的技术人员和工人的观念和技艺不断提高,各种机器设备不断得到改进,新产品和新工艺不断涌现,生产、营销、物流、环保等技术不断改善,这些都使地区的资源素质得以不断提升。(3)提高资源利用效率。这由两个方面的原因引起。一是企业资源互补。由于集群企业间分工协作的发展,企业间的互补性大为增强,加上企业共处于同一区域,信息沟通方便,各方的资信容易掌握,一些有效的生产组织方式,如定点、定时供应、零库存、全面质量管理等,都可以较为容易地实现,产品和半成品的销售也可以得到加速。这些都大幅度减少或避免了企业在地域分散条件下经常存在的原材料库存和产品积压,使社会资源得到更加充分的利用。二是内部分工外化。集群的发展和分工协作效益的导向,促使企业在比较内部生产组织费用和市场交易费用之后,可能实行厂内的分工协作外部化,将原先自行生产的

部分零部件外包给其他企业,利用社会资源更快地扩大生产规模或降低成本,从而充分发挥资源的效用。(4)优化资源配置。在资源高度聚集和素质不断提升的条件下,各种资源能够随着市场的变化和新的产业链的出现,利用集群区的诸多方便条件,迅速流向有竞争力的优势产业,最大限度地实现资源的最优配置。

2、成本优势。由于地理位置靠近,企业布局集中,企业集群有利于形成专业高度细化、配合密切的分工协作体系,以社会分工的优势弥补中小企业规模不经济的缺陷,有效地降低了生产成本和交易成本。这种成本降低主要来自以下几方面:

(1)减少信息费用。集群化的企业紧密相处,信息交流频率高,而且多数与发达的专业市场相邻,容易获得各种技术信息和供求信息,大大节省了企业搜集信息的时间和费用。(2)降低劳动力成本。在企业集群的所在地,经常聚集着来自附近农村和外地的大批待聘劳动者,由于招聘容易和待聘者的内部竞争,劳动力成本相对较低。而且,集群中的许多生产单元实际上是家庭式作坊,它们大量依靠家庭和亲友的辅助劳力,利用闲暇时间组织生产,将原先的消费者转变为生产者,免除或大幅度减少正规的工资基金的支出,劳动成本更为低下。(3)节省流通费用。集群化企业之间实行高度的专业化生产经营,形成了高效的分工协作系统,加以这些企业的地理距离短,运输费用低,供货及时,这就可大量减少企业采购、运输和库存费用,并在短期内迅速形成巨大的生产规模。(4)减少产品试制费用。在集群所在地区聚集了各种生产要素,信息灵敏,便于进行新产品的开发试制,而且需要什么购买什么,需要多少采购多少,要素利用效率高,耗费的成本相应下降。

3、创新优势。大批产业相关的企业聚集在一个地区,既加强了彼此的竞争,又可能产生互相学习的效应,使原来基于资源禀赋的比较优势,发展为创新优势,大大加快了企业技术创新步伐。其具体原因在于:(1)创新的激励效应。由于在较小的区域内汇集了大量的竞争对手,形成“争先恐后、你追我赶”的局面,无情的竞争规律形成强大的压力,并转而成为多数企业的强烈创新动力,迫使企业加快技术创新步伐,或者提升产品质量与产业层次,改善服务;或者将同质性竞争转变为差异化竞争,另辟蹊径,开发新的产品品种和工艺。(2)创

新的学习效应。由于区位接近、经济联系频繁、信息交流便捷,企业集群免不了发生企业之间的知识和技术扩散,提供了较多的学习机会,即人们所说的“比有同行,学有对门”。这些企业之间,有的有正式的分工协作关系,为共同提高产品的质量和开发新产品,经常固定地交流信息;有的属于一般的贸易来往,在彼此接触之间自然地产生信息和技艺的交流;但无论如何,都能促进产品信息和技术的传播,进而为集群的升级创造了良好的环境。因此,即使是生产传统产品的企业,也往往能通过互相学习,采用含有较高技术的工艺,为企业创造较强的竞争力。(3)创新的文化氛围。众多企业集聚在一个地区,互相竞争又互相学习,使协作创新、加强地区竞争力成为企业集群的共同愿望。想创新、讲创新、争创新构成了一种特有的文化氛围,成为创新的重要催化剂,激励集群企业不断追求和积累新知识和技术。(4)创新的服务体系。企业集群的发展壮大吸引了大量的服务企业及提供研究开发和技术支持的机构,如学校、科研单位、管理咨询机构、培训教育组织、技术开发机构、行业协会等。这些机构加强技术的研发、交流和扩散,为企业创新提供了广泛的机会,又便于企业人员的学习提高,有利于知识和信息的传播和积累,有力地支撑了集群企业的创新。(5)创新的人际环境。集群区地域相对较小,区内人员联系紧密,容易互相了解,人际关系的信任度较高,有利于形成长期配合、合作攻关的稳定创新环境。

4. 市场优势。企业集群对各种资源的吸引力,有利于形成一系列的市场,并使企业集群与市场互相促进,在竞争中居于有利地位。(1)促进专业市场建设。企业集群充分利用自身的区位、资源、物质技术基础、分工体系、产销网络等,一地一品,相互集聚,滚动发展,为在区域内形成专业市场提供了条件,而专业市场的形成又将推动产业的发展。从一些地区聚集经济的效果看,与产业群相伴相随的专业市场在产业集群发展中发挥了十分重要的作用。(2)促进品牌建设。集群企业大都属于“小而特、小而专、小而精”类型,它们能够利用其多方面的优势迅速壮大和不断提升,并借助于专业市场行销四方,扩大影响,树立形象,由近及远,先在地区推出其中较有影响的产品品牌,进而在全国形成名牌。(3)有利于开拓国际市场。借助于企业集群的各种优势,原来力量单薄的中小企业

有可能增强竞争力,并利用产业网站和电子商务手段,开拓国际经济联系渠道。由于集群形成了地区规模经济,企业往往能在价格、质量上取胜,保证按期交货,在谈判中增加筹码,有利于拓展国际市场。

5. 扩张优势。企业集群凭借其各方面优势,可在短时间内形成巨大规模,拉动地区经济快速增长和扩张。(1)横向规模扩张。由于集群具有资源优势 and 成本优势,使其所在地区能不断吸引新的投资。目前,福建省的外流资金,基本上是流向存在企业集群,具有聚集经济优势的地区。集群的市场优势又使投资者更容易发现市场机会,减少投资风险顾虑,萌发创业愿望,也有助于新企业的大量增加,从而导致区域内经济规模不断壮大。(2)纵向规模扩张。随着大量生产要素进入集群所在地区,能在原有产品和产业之外,不断拓展上下游产业,扩大产业规模,同时组建大量配套企业和服务性企业,使集群区域出现全方位的高速扩张,规模成倍增长。(3)整体合力扩张。企业集群与小区域经济的耦合强化了企业间的协作。在差异化竞争策略的引导下,各部分集群企业追求的市场各有差异,出现了日益细化的社会分工,因此,各关联企业之间更多的是协作关系,容易形成共同的利益,荣损与共,由此提高了产业的整体合力,加速了企业集群的对外扩张。在企业集群扩展优势的作用下,集群中的企业,尤其是其中的骨干企业,发展非常迅猛。

总之,这些具有区域产业特色的企业集群,能更好地发挥高度社会分工、专业化协作的作用,市场反应灵敏,有力促进了创新,对增强区域经济的凝聚力和竞争力,树立区域性的整体规模经济优势起了重要的作用。

### 三、集群优势的形成机理

企业集群不是企业的简单堆集,而是有一定内在联系的有机结合。它的一系列优势是外部规模经济和范围经济集中在相对狭小空间的表现,是经济活动的外部效应与企业地理位置上一定程度的聚集相耦合而产生的,归根到底则是区域性专业化分工协作的一种结果。

专业化分工使生产者将全部资源、时间和精力集中在一种产品、一个部件乃至一个细小的零辅件的生产上,有利于提高劳动生产率,节约成本,改进产品质量,促进创新。马克思科学地区分

了分工的类型,一是企业内部的分工,一是企业之间,亦即社会的分工,指出两者尽管有许多相似点和联系,但不仅有程度上的差别,而且有本质的区别。企业内分工是在同一个产权主体指挥下进行的分工,各部分劳动者作为一个结合劳动力发挥作用,他们之间的协作不必通过市场买卖,而是根据事前拟定的计划来进行,能够避免因市场的失调而影响协作关系,实现有目的、按比例地配置生产要素。即使生产条件不变,企业内分工与协作不仅能节约生产资料,而且创造了更高效率的新生产力。它能够完成单个劳动者无法进行的生产任务,能够用同量的劳动生产更多商品,使商品更加便宜,从而增加了企业的利润,加速资本的积累。社会的分工则是互相独立的不同产权主体之间的生产分工,他们的协作必须通过市场交换才能实现。它同企业内分工一样,也能促进生产效率的提高,但这种利益却是经济活动的一种外部效应,要取决于外部条件而实现。当市场比较规范,运行比较正常,协作契约的履行有保障时,市场竞争促使产品质量提高和价格低廉,因分工而带来的外部效应就稳定或扩大。当市场存在不确定性,供求和价格波动剧烈,契约履行困难时,社会分工的利益就会被市场的外部负效应所抵消,社会分工的某些环节甚至整个体系有时还会被破坏。同时,社会分工效益大小还取决于市场交易费用的多寡,过高的市场费用甚至会使社会分工因无利可图而无法进行。因此,一个稳定的可达到预期目的、交易费用低廉的市场,便成为决定社会分工效益高低和是否可行的重要因素。集群企业依靠其地理位置的聚集,利用区域性市场的特点,增大市场联系的稳定性,减少市场交易费用,维护了社会分工产生的利益。

一批产业相关的企业群集在一个相对狭小的地区,既彼此竞争又互相协作,竞争和协作互相转化,而协作多于竞争,即外部经济效应大于负效应。这是因为,竞争推动集群企业加速创新,提高产品和服务质量,降低成本,有可能随着市场的扩大,出现“双赢”结局,群集的同行企业携手共进,协力拓展区外市场。但更常见的竞争结果是,一方面实现了优胜劣汰,将弱者淘汰出局;另一方面则通过互相了解各自的优劣势,促成差异化生产,或

者改产新产品,减少同一产品的直接的面对面竞争,或者通过产品分工细化,专门生产原产品的某些部件,连那些被淘汰的企业也可能转而加入零部件的协作生产。这些都使竞争各方由竞争关系转化为协作关系。因此,企业集群协作关系便具有如下的特点:(一)群聚现象组成了具有强大合力的产业群,有利于专业市场的形成和地区品牌的打造,并进而共同开拓国内外市场。集群内的企业共享市场利益,在市场上密切了企业间的协作关系。(二)借助于地缘优势和乡情关系,集群企业比较了解协作方的资信,契约履行较有保障,有利于形成比较紧密的专业化分工协作体系。尽管这种分工仍属于企业间的分工,却在一定程度上减少了一般市场关系的不确定性,具有接近于企业内分工的稳定性。(三)集群企业之间资源交流便捷,分工不断细化,运输成本低廉,交货时间确定,配套服务周全,大大减少了交易费用,提高了协作的效率。(四)集群企业间的竞争与协作的转化,提高了企业间的互相依存度,增强了协作趋势,壮大了地区的经济实力。这反过来又造成企业集群兴衰与共的关系,进一步加强企业的协作。(五)这种协作关系是通过市场建立和维系的,可充分利用市场竞争,选择质优价廉的协作产品,是一种竞争性的分工协作。它比起通过企业内部分工自行生产,协作的稳定性虽然差一些,还会减少自己的一部分生产附加值,增加交易费用,但从总体衡量,可能得到更大的利益。特别是地区市场的内部关系相对比较稳定,市场变动比较容易了解,对协作产品的生产过程和质量便于监督,对契约履行中产生的问题能够及时发现,这都可在一定程度上化解市场风险,保证协作利益的实现。

企业集群竞争和协作关系的这种特点,使集群企业之间的关系虽有别于企业内部关系,却也不完全等同于一般的市场关系,成为介于两者之间的另一种产业组织,能够兼得市场和企业组织的一些好处,产生区域的规模经济效益。这是经济活动的外部效应在密集空间里的特有表现,也是企业集群优势得以存在的根源。反之,那些处于分散状态,孤立进行生产的中小企业就无法获得这种利益。

(责任编辑: 闫春英)